

Internationaliserings- barometer 2024

Hvor internationale er hovedstadsregionens virksomheder?



Erhvervshus
HOVEDSTADEN



Katrine Paaby Joensen
Direktør, Erhvervshus Hovedstaden

Redaktion, analyse og design:

Erhvervshus Hovedstaden
Fruebjergvej 3
2100 København Ø



September 2024
Forsidefoto: Shattha Pilabut (pexels.com)

Forord

Eksport styrker Danmarks økonomi; det understøtter godt 900.000 danske arbejdspladser og gavner vores konkurrenceevne. Og virksomhederne i hovedstadsregionen bidrager betydeligt til den danske eksportsucces. Vi har igen i år spurgt ca. 1.000 små og mellemstore virksomheder i vores region om deres eksport og de muligheder og barrierer, de oplever i forbindelse med eksport. Undersøgelsen viser, at andelen af eksportvirksomheder i hovedstadsregionen i 2024 er steget sammenlignet med sidste år og ligger nu på hele 24%. Eksport er blevet en endnu mere afgørende faktor for virksomhedernes samlede forretning og vækstpotentiale.

Dog har måden, virksomhederne eksporterer på, ændret sig en smule: SMV'erne fortæller os bl.a., at de i lidt mindre grad eksporterer via direkte salg og e-handel sammenlignet med 2023, samtidig med at salg til udlandet gennem partnerskaber er steget. Derudover sourcer virksomhederne i højere grad fra leverandører tættere på Danmark eller har helt flyttet sourcing hjem til Danmark.

Samtidig ser vi, at det er eksporten til Europa, der stiger, men den er uændret eller faldet til fjernere markeder. Og helt overordnet er der færre virksomheder, som forventer at kaste sig ud i nye eksporteventyr. Det kunne vidne om en generel forsigtighed blandt de små og mellemstore virksomheder, når det gælder eksport, som meget vel kan hænge sammen med den generelle geopolitiske uro, der præger markederne.

Glædeligt er det dog at se, at 10% af virksomhederne i hovedstadsregionen, svarende til ca. 7.500 virksomheder, som i dag ikke har eksport, gerne vil eller sandsynligvis snart starter med at eksportere. Samtidig ser virksomhederne e-handel og onlinesalg som en nemmere vej til eksportmarkederne, men fortæller også, at de godt kunne bruge ekstern vejledning for at komme i mål.

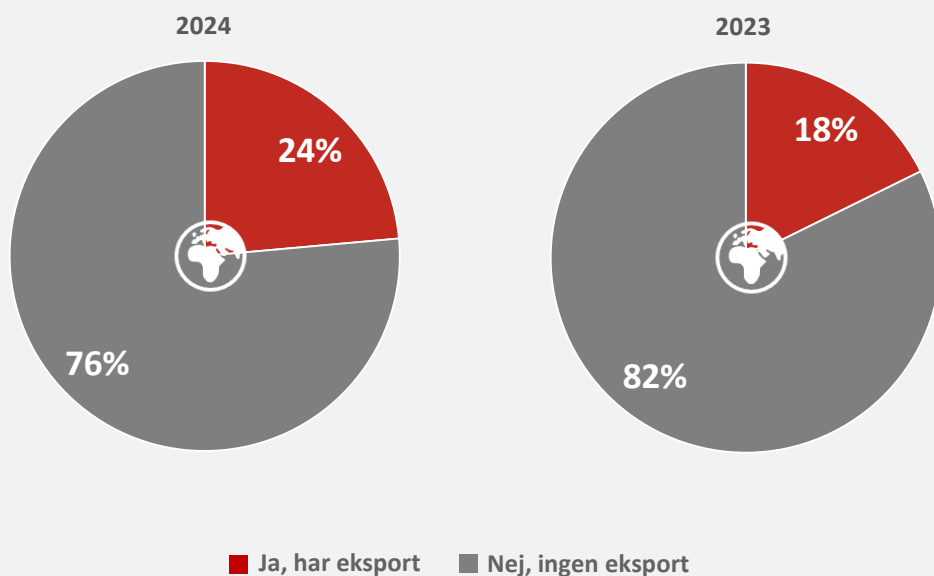
Alt i alt tegner der sig et positivt billede af eksportparatheden blandt hovedstadsregionens virksomheder. Men mange har fortsat et behov for at kende til eksportmulighederne, og der er stadig en række barrierer og udfordringer på vejen. Det er her, Erhvervshuset kommer ind i billedet. Hvert år hjælper vi mere end 700 SMV'er med at styrke deres eksport og internationalisering. Og vi bliver ved med at udvikle vores ydelser, netværk og støttemuligheder, så de er tilpasset virksomhedernes efterspørgsel.

Vores ambition er - fortsat - at hjælpe hovedstadsregionens virksomheder med at forløse deres eksportpotentiale og sammen bidrage til at styrke dansk velstand og velfærd.



Hvor mange virksomheder i hovedstadsregionen har eksport?

Knap hver fjerde virksomhed i hovedstadsregionen har eksport til udlandet og andelen er stigende.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

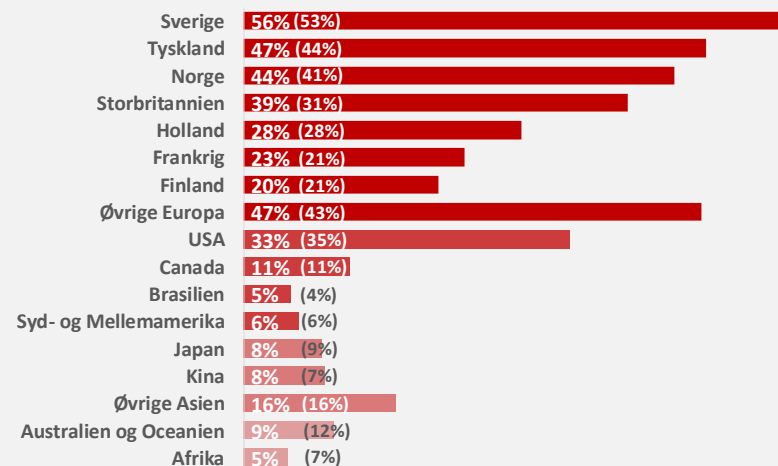
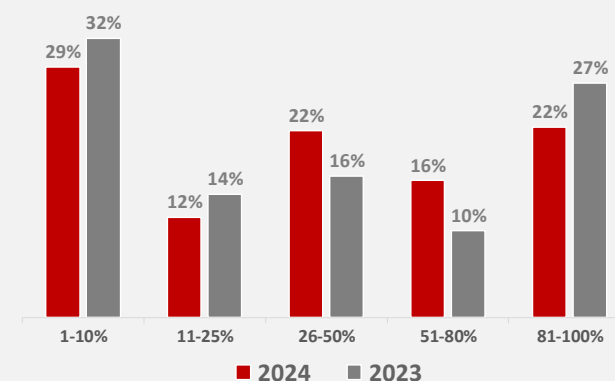
Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der har salg og eksporterer til udlandet.

Antal svar: 1.216 (2023: 1.115)

24 pct. eller næsten hver fjerde af hovedstadsregionens virksomheder har salg af varer eller tjenesteydelser til udlandet. Det er en stigning fra sidste års måling på 18 pct. og et udtryk for, at eksport har fået godt fat i hovedstaden efter år med nedlukninger, stigende priser og ustabile forsyningskæder.

Tal fra Danmarks Statistik¹ angiver, at omtrent 10 pct. af danske virksomheder har eksport (2022, som er de nyeste tilgængelige tal).

¹ Andelen er baseret på Danmarks Statistik statistikbank over antal virksomheder med vareeksport (DKTEC01) (15.631 i 2022). Hertil kommer ca. et antal tilsvarende virksomheder for serviceeksport. Opgjort i fht. alle Ca. 400.000 aktive firmaer i DK (GF11), kan det estimeres, at ca. 8 pct. af de danske virksomheder er eksportaktive.



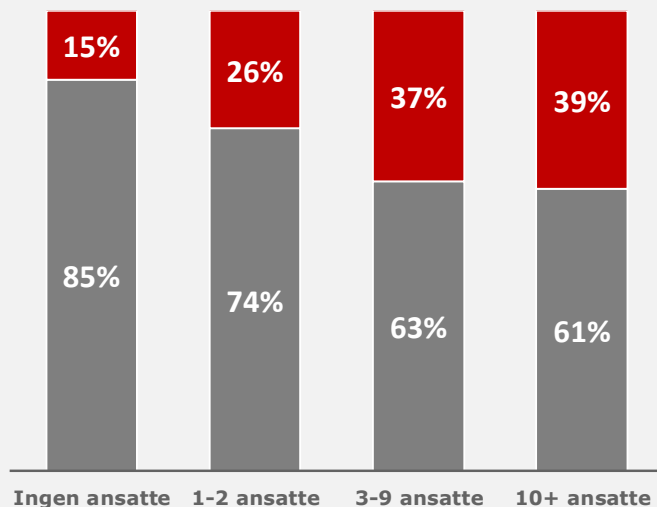
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figurene viser eksportvirksomhedernes andel af eksport af deres samlede omsætning, samt hvilke lande de eksporterer til. Tal i parentes er fra 2023.

Antal svar: 304 (2023: 224)

Store virksomheder

er de mest internationale



■ Ja, har eksport ■ Nej, ingen eksport

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der eksporterer til udlandet opdelt på størrelse.

Antal svar: 1.216 (2023: 1.115)

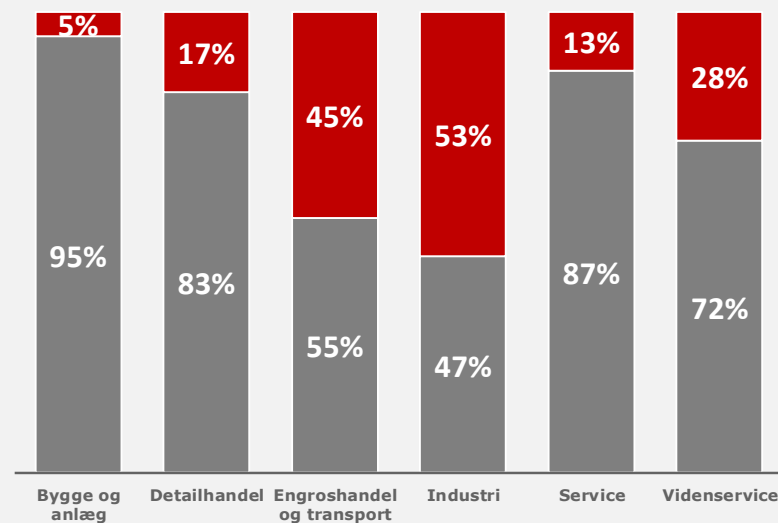
Graden af internationalisering hos hovedstadsregionens virksomheder stiger markant jo større virksomheden er.

I virksomheder med 10+ ansatte har 39 pct. eksport i deres forretning.

Tilsvarende ligger andelen væsentligt lavere med 26 pct. hos de helt små virksomheder med et par ansatte og blot 15 pct. hos enmandsvirksomhederne.

De mest internationale brancher

er industri samt engroshandel og transport



■ Ja, har eksport ■ Nej, ingen eksport

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder, der eksporterer til udlandet opdelt på branche.

Brancheplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 1.216 (2023: 1.115)

Internationalisering varierer markant på tværs af brancher.

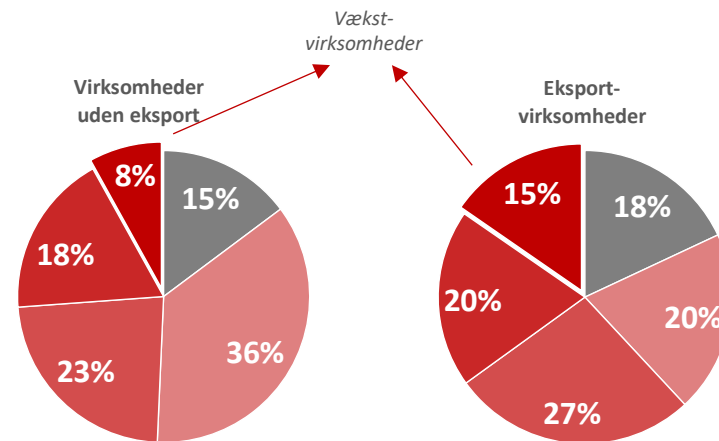
I industrien har halvdelen berøring med det internationale marked (53 pct.), efterfulgt af engroshandel- og transportbranchen på næsten samme niveau (45 pct.).

Markant mindre internationale er bygge- og anlægsbranchen med blot 5 pct. mens servicebranchen har en lidt højere andel på 13 pct.



Foto: Tom Fisk (pexels.com)

Eksport giver dobbelt så mange vækstvirksomheder



■ Faldende ■ Omtrent uændret ■ Svagt stigende ■ Moderat stigende ■ Markant stigende

Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser fordelingen mellem ikke-eksporterende og eksporterende virksomheder og deres egenopfattelse af deres udvikling de seneste to-tre år på omsætning og forretningens generelle udvikling. Antal svar: 912 hhv. 304

Halvdelen (49 pct.) af hovedstadsregionens virksomheder uden eksport vurderer, at de for tiden oplever vækst i mere eller mindre grad. Heraf betegner 8 pct. sig med en markant stigning. En gruppe, der kan karakteriseres som egentlige vækstvirksomheder.

Ser man udelukkende på eksporterende virksomheder, stiger andelen af vækstvirksomheder til 15 pct. – tæt på en fordobling. Eksport har altså en positiv effekt på virksomhedernes forretning og bidrager til øget vækst og udvikling.

Eksport via partnerskaber

stiger mens direkte salg falder



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser eksportvirksomhedernes salgskanaler til udlandet. Flersvarmulighed.

Antal svar: 304 (2023: 224)

7 ud af 10 af eksportvirksomhederne håndterer deres eksport som direkte salg, hvilket er et lille fald fra 2023. Samtidig falder andelen af e-handel også fra knap 40 pct. til 32 pct. Modsat stiger brugen af partnerskaber 10 procentpoint, hvilket indikerer et skift hos nogle eksportvirksomheder fra "egen håndtering" til "tredjeparts-håndtering" af eksportsalget.

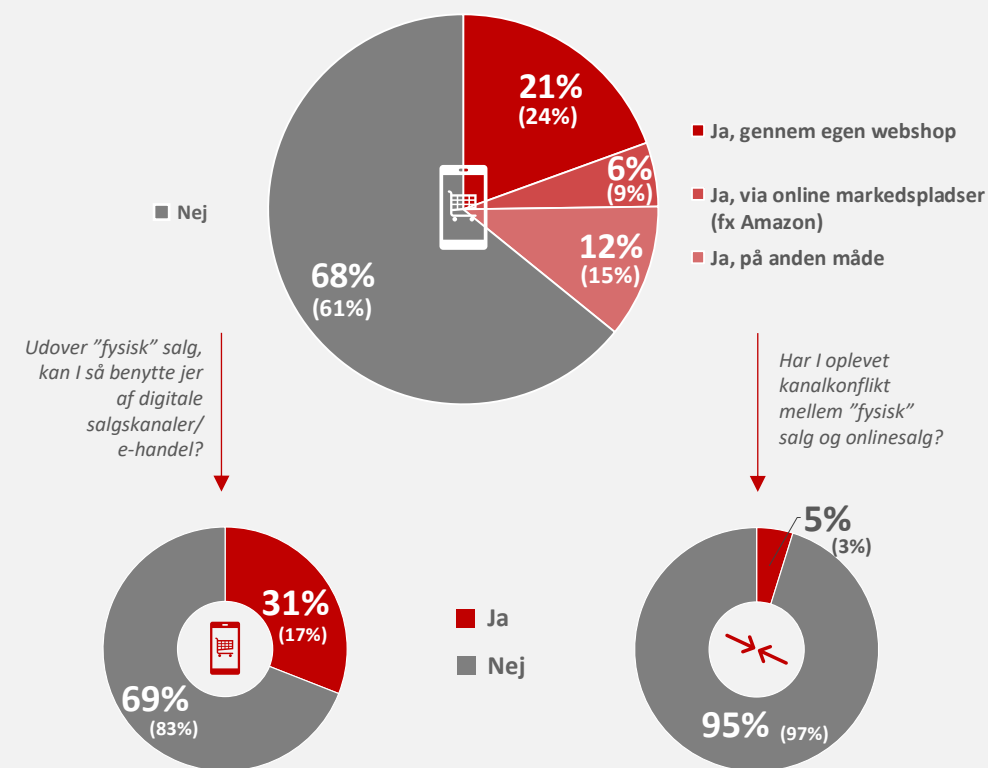
Hertil stiger salg via datterselskaber og andre kanaler også en smule i den nyeste måling sammenlignet med sidste år.

Selvom andelen med e-handelseksport falder, så stiger mængden af eksportvirksomheder, der vurderer, at de godt kan benytte sig af netop e-handel til udlandet. Den tendens kan tyde på, at eksportsalget udvides fra det traditionelle fysiske salg til i stigende grad også at ske via e-eksport og eksterne partnerskaber.

"Kannibalisierung" mellem e-handel og traditionelt salg i eksport-situationer ser fortsat ikke ud til at skabe kanalkonflikt. Kun fem pct. oplever situationer, hvor det er tilfældet.

Eksport via e-handel falder lidt

mens ønsket om det tydeligt stiger



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

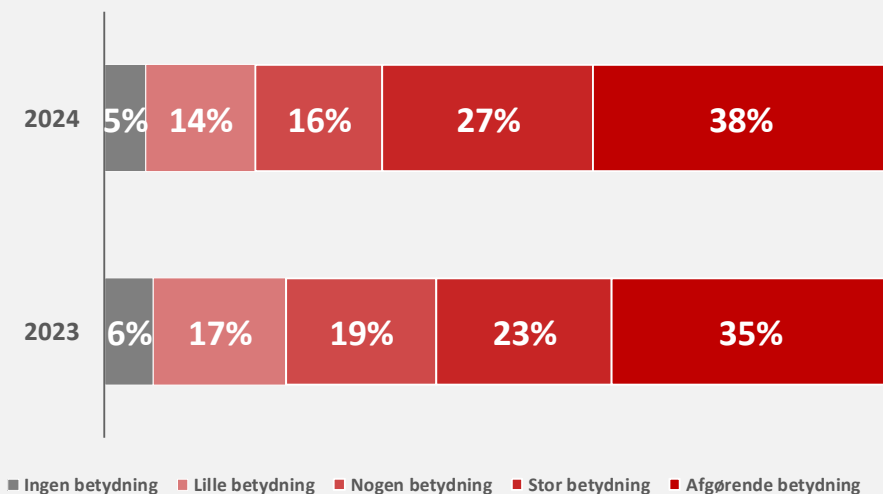
Note: Øverste figur viser andelen af eksportvirksomheder, der benytter e-handel og i så fald via hvilke kanaler.

*Kanalkonflikt kan fx være, at onlinesalg 'overtager' det fysiske salg, at fysiske forhandlere føler sig truet ved at miste avance, hvis fokus på onlinesalg vokser osv. Tal i parentes er fra 2023.

Antal svar: 304 (2023: 224)

For mere end 6 ud af 10

har eksport stor betydning for forretningen, og tendensen stiger

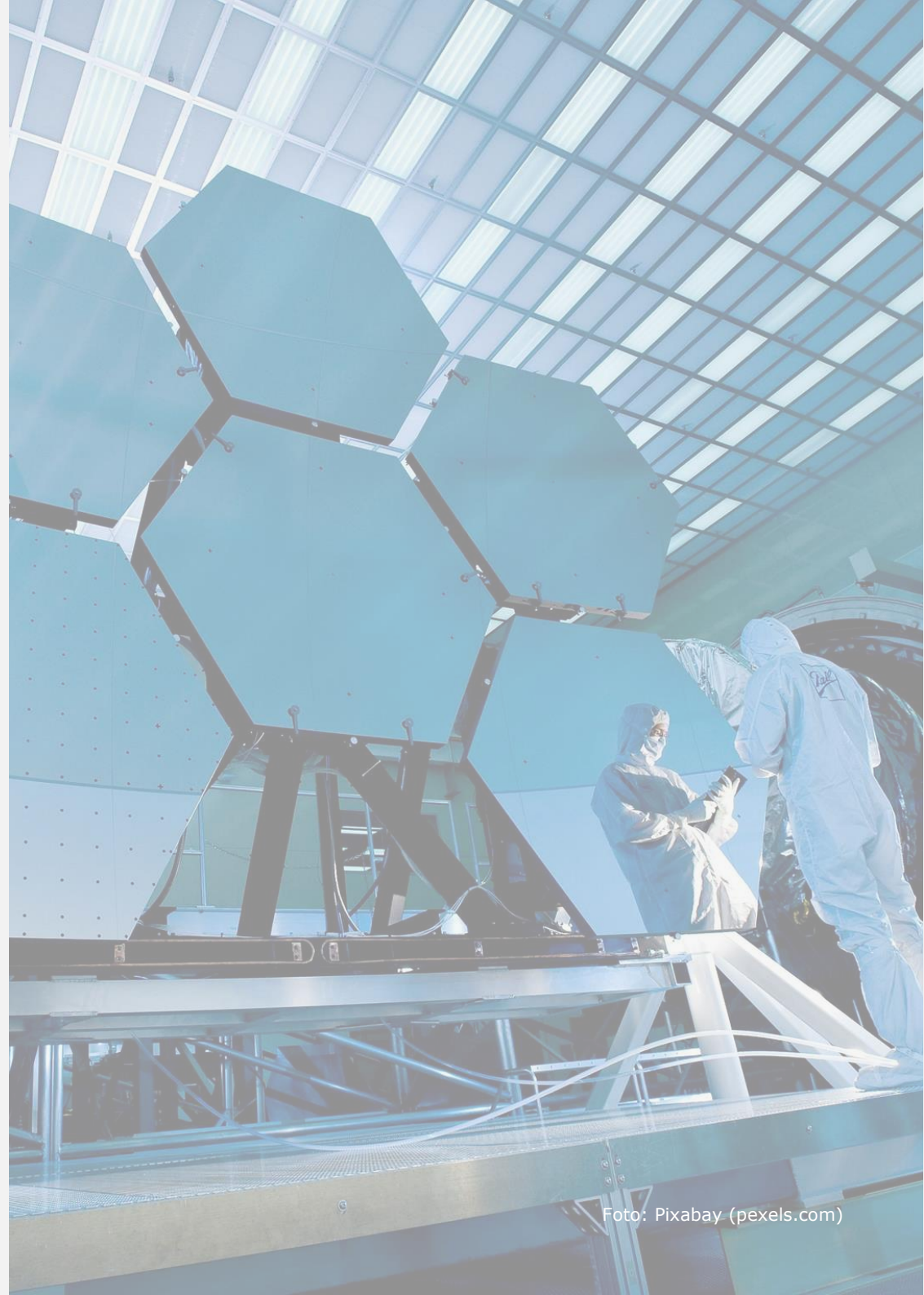


Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser betydningen af eksport for eksportvirksomhedernes samlede forretning (eksistens, overlevelse, udviklingspotentiale, skaleringsmuligheder m.v.).
Antal svar: 304 (2023: 224)

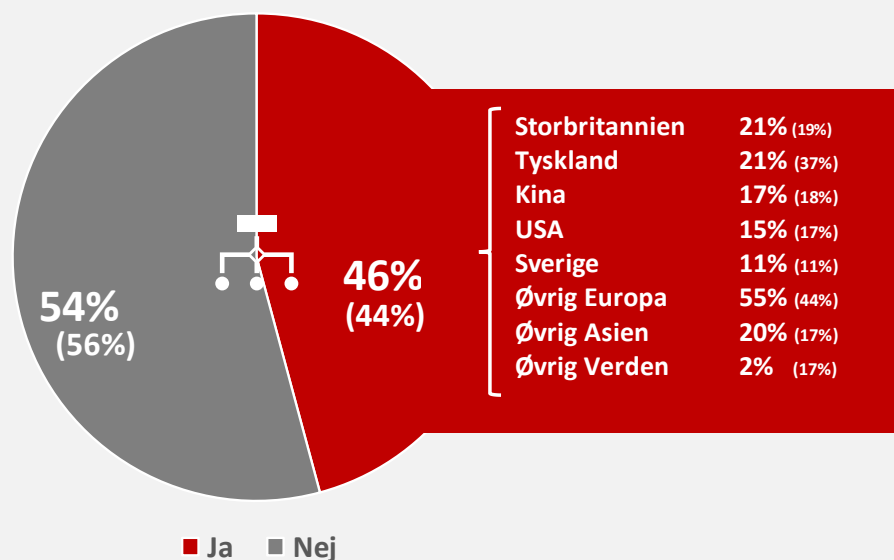
Vigtigheden af eksport for virksomhedernes samlede forretning stiger. 58 pct. angav i 2023, at det i stor eller afgørende grad har betydning for deres samlede forretning. Det tal er i år steget til 65 pct.

Det er et klart signal om, hvor vigtig international samhandel er som vækstdriver, og at det har en betragtelig effekt hos de virksomheder, som lykkes med det.



Mere end 4 ud af 10

sourcer fra udlandet, og niveauet er stabilt



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne har sourcing af varer eller ydelser fra udlandet og i så fald hvorfra. Flersvarsmulighed. Tal i parentes er fra 2023.

*Med *sourcing* menes fremskaffelse af ressourcer i form af varer, services, kompetencer og viden.

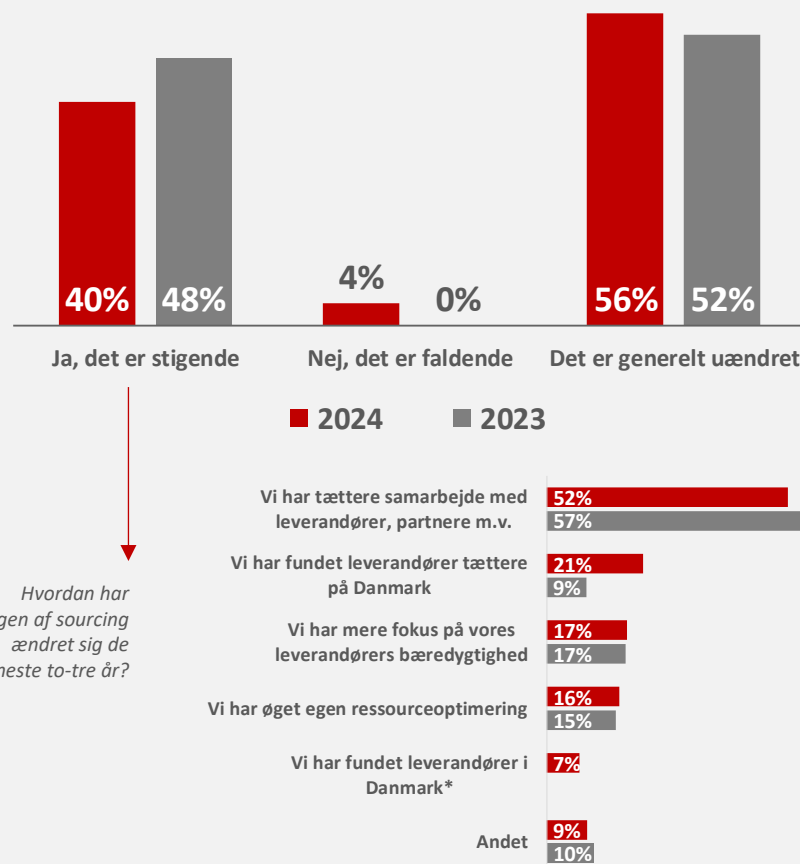
Antal svar: 304 (2023: 224)

46 pct. af eksportvirksomhederne benytter sig af sourcing fra udlandet. Det er på niveau med 2023, hvor tallet var 44 pct. De samme fem lande ligger øverst på listen med Storbritannien og Tyskland som de to primære. Uden for Europa ligger både Kina og USA på næsten samme niveau.

Dog er der tendens til at tage sourcing tættere på Danmark, hvilket indikeres af, at "Øvrig Europa" stiger, mens "Øvrig verden" falder. Dobbelt så mange angiver også med 21 pct. at have fundet leverandører tættere på Danmark i 2024, end de gjorde i 2023, hvor tallet var 9 pct.

Sourcing flytter i stigende grad

tættere på Danmark eller endda helt hjem



Hvordan har brugen af sourcing ændret sig de seneste to-tre år?

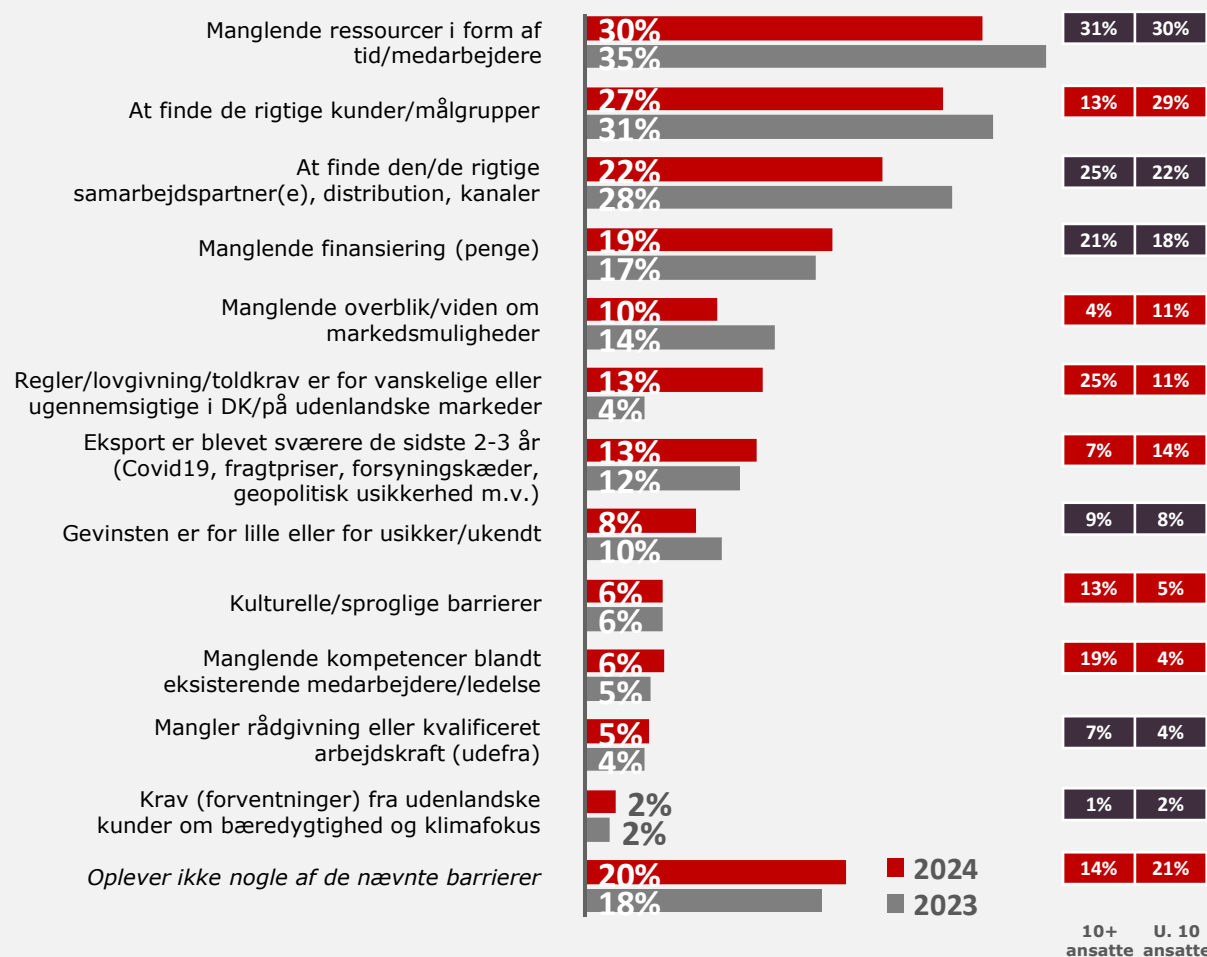
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Øverste figur viser, om eksportvirksomhedernes brug af sourcing har ændret sig. Nederste figur viser andelen af, hvordan det i så fald har ændret sig. Flersvarsmulighed.

* Ny svarmulighed i 2024.

Antal svar: 140 hhv. 62 (2023: 98 hhv. 47)

Manglende ressourcer og ikke at kunne finde de rigtige kunder og samarbejdspartnere topper stabilt, som de tre største barrierer for at kunne øge eksporten



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af eksportvirksomheder, der har angivet de respektive udsagn som barrierer for at øge eksporten (yderligere) i virksomheden. (Max tre svar kan angives).

Antal svar: 304 (2023: 224)

Der er konsistens i barriererne for, at virksomhederne kan øge deres eksport. Selvom top-3 falder en smule i andele i 2024, er det de samme tre udfordringer som i 2023.

Manglende ressourcer i form af tid og medarbejdere ligger er den primære barriere for både små og større virksomheder.

Den næstvigtigste barriere er finde de rigtige kunder eller målgrupper, hvilket er langt mere udfordrende for de små virksomheder, som netop mangler ressourcerne (fra nr. 1) til at gøre det.

Generelt udgør barriererne lige meget (og lidt) i 2023 og 2024, mens der er markante forskelle mellem de små og større virksomheder. På især 7 af de 13 udsagn betyder de signifikant mere eller mindre afhængig af virksomhedsstørrelse.

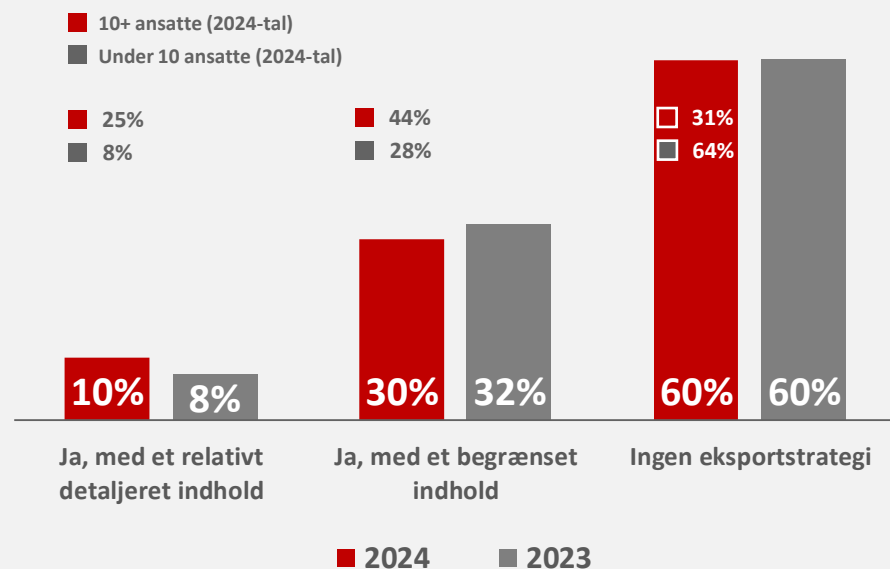
De større virksomheder med mere end 10 ansatte udtrykker, at regler, love og krav såvel som kulturelle og sproglige barrierer samt manglende kompetencer er langt større udfordringer for dem end for helt små virksomheder.

En femtedel ser fortsat ikke nogle barrierer for at øge deres eksport.

10+ ansatte U. 10 ansatte
 ↑ Sig. forskel
 ■ Ingen forskel



6 ud af 10 har ingen strategi for deres eksport, og niveauet er stabilt



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

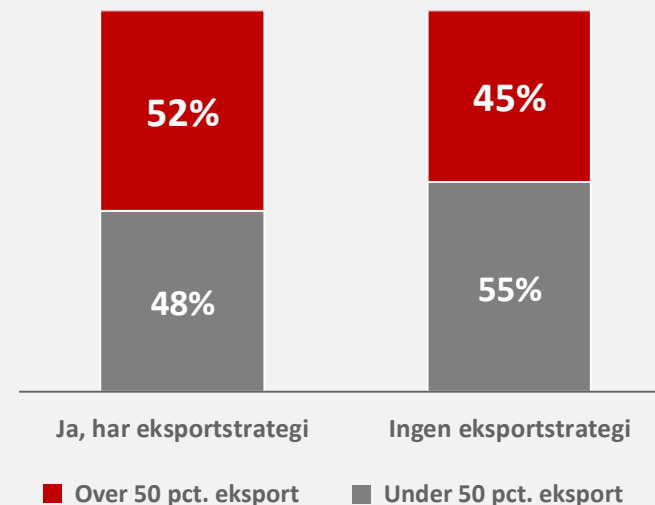
Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne har formuleret en eksportstrategi og i bekræftende fald, hvor omfattende den er.
Antal svar: 304 (2023: 224)

40 pct. af virksomhederne har en eksportstrategi. Det har ikke ændret sig i målingerne. 10 pct. er med et relativt detaljeret indhold, mens det for størstedelen (30 pct.) er med begrænset indhold.

For over halvdelen af eksportvirksomhederne gælder det, at de slet ingen eksportstrategi har (60 pct.), hvilket er samme andel som i 2023. En eksportstrategi vil kunne bidrage til en optimeret internationaliseringsindsats fremfor en mere tilfældig tilgang til eksport.

Andelen med en strategi er dog markant højere hos større virksomheder, hvor mere end to-tredjedele arbejder strategisk med eksport (69 pct.).

En eksportstrategi bidrager til lidt bedre forudsætning for høj eksportandel



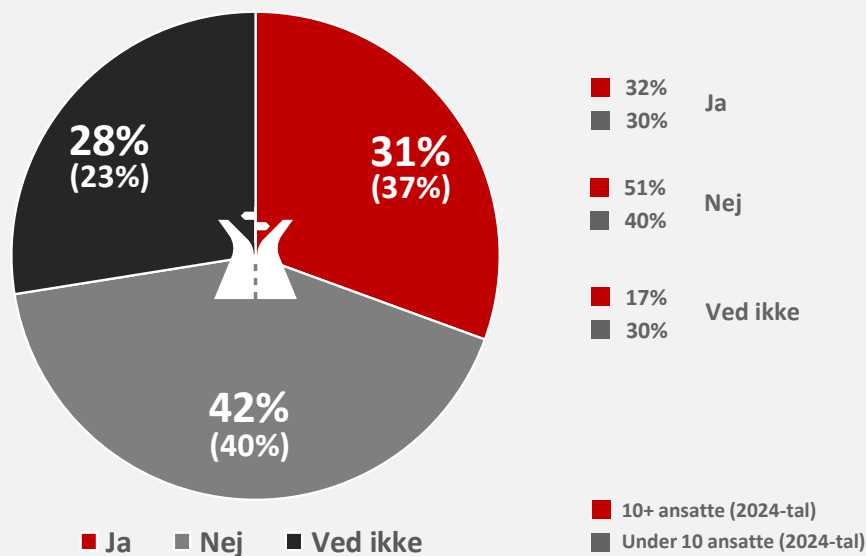
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser forskellen på eksportvirksomheder med og uden en eksportstrategi og om de har en høj eller lav eksportandel (over/under 50 pct.).
Antal svar: 304

Virksomhedernes fokus på at formalisere deres eksportstrategi har også indflydelse på, hvor internationale de er. Jo mere strategisk en eksportvirksomhed fokuserer, jo mere eksportintensiv er virksomheden.

52 pct. af eksportvirksomheder med en eksportstrategi har også en høj eksportgrad. For eksportvirksomheder uden en strategi er det lidt mindre med 45 pct., som har en høj grad af eksport.

Knap en tredjedel forventer at starte nye eksportmarkeder, men andelen falder



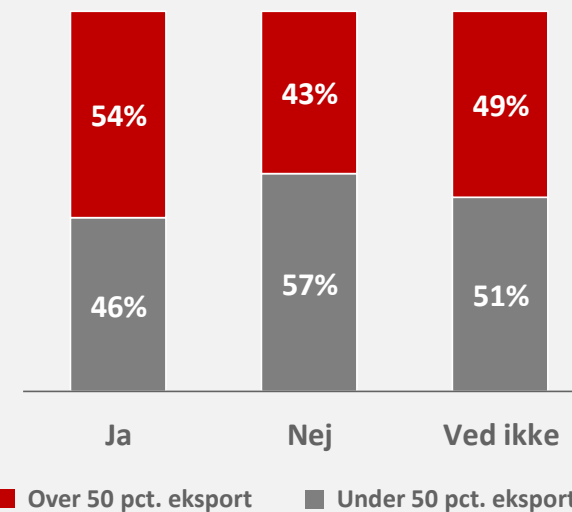
Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser, om eksportvirksomhederne forventer at starte op på nye eksportmarkeder i 2024 eller 2025. Tal i parentes er fra 2023.
Antal svar: 304 (2023: 224)

Interessen for at starte nye eksporteventyrer falder en smule fra sidste års måling fra 37 pct. til 31 pct. Omvendt er det primært andelen af tvivlere, der stiger (fra 23 pct. til 28 pct.), og ikke andelen, der blankt svarer nej (fra 40 pct. til 42 pct.).

Blandt gruppen, der svarer ja, er der ingen nævneværdig forskel mellem små og større virksomheder (30 pct. hhv. 32 pct.). De større virksomheder svarer omvendt mere klart nej end de små (51 pct. mod 40 pct.), hvor de små modsat er mere uklare og i højere grad svarer ved ikke (30 pct. mod 17 pct.).

Eksport avler mere eksport hos dem, som allerede har en høj eksportandel



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser forskellen på, om eksportvirksomhederne starter op på nye markeder eller ej, og om de har en høj eller lav eksportandel (over/under 50 pct.).
Antal svar: 304

Når virksomhederne er mere åbne for nye eksportmarkeder, så har flere af dem i forvejen en høj eksportandel, end de virksomheder som ikke forventer nye markeder. En høj eksportandel øger sandsynligheden for mere eksport.

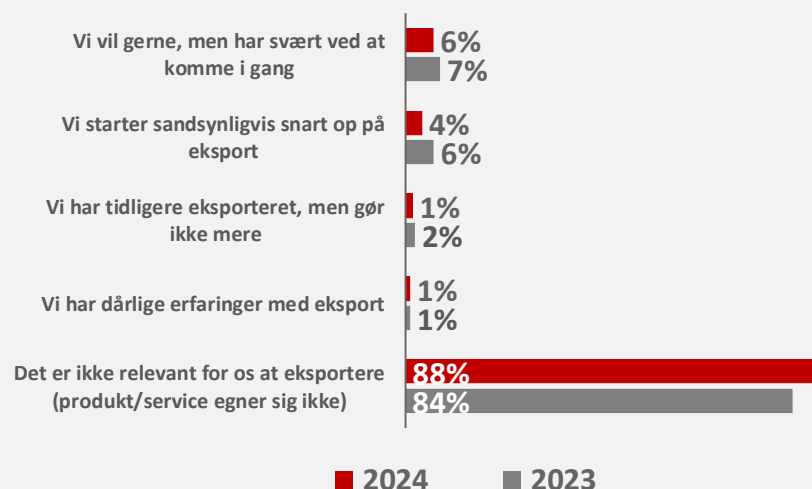
54 pct. af dem, som forventer at starte på nye markeder, har også en høj eksportgrad på over 50 pct. sammenlignet med dem, som ikke forventer at udvide (43 pct.).

Hvorfor har mange af hovedstadsregionens virksomheder ikke eksport?

Fokus på de hjemmemarkedsorienterede virksomheder



Lille stigning i de mange uden eksport, som ikke mener, det er relevant for dem



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

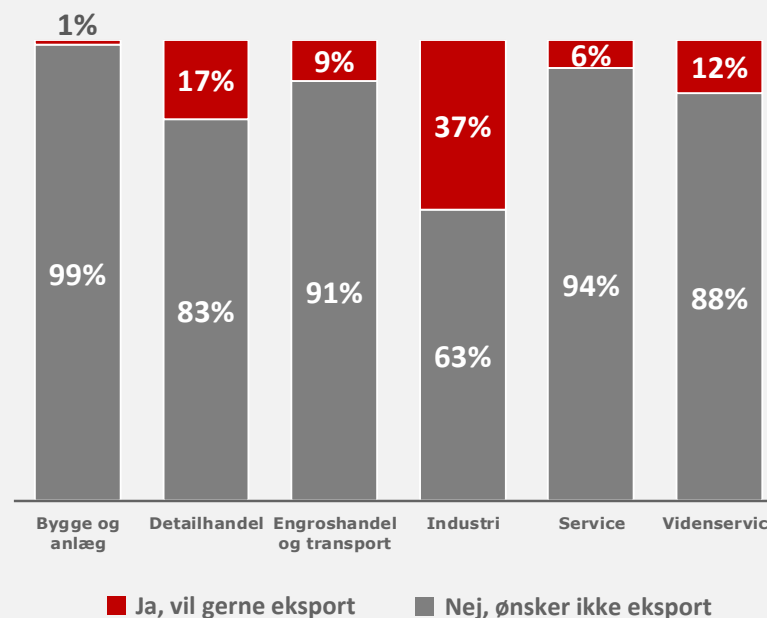
Note: Figuren viser den primære årsag til, hvorfor virksomheder uden eksport ikke har salg til udlandet. Antal svar: 912 (2023: 891)

10 pct. af de ikke-eksporterende virksomheder vil gerne i gang eller er på vej med eksport. Det er et lille fald fra 13 pct. i 2023. Ca. 7.500 virksomheder¹ i hovedstadsregionen kan altså potentielt bidrage til Danmarks velstand ved at skalere deres forretning ud over Danmarks grænser.

Det store flertal øges fra 84 pct. til 88 pct., som ikke mener, at eksport er relevant for dem pga. deres produkts eller services egenskaber.

¹ Andelen er baseret på følgende antagelse: Ca. 100.000 private/kommercielle virksomheder i Hovedstadsregionen x 76% (uden eksport) = 76.000 x 10% (som gerne vil eksport) = 7.600.

Industrivirksomheder uden eksport er branchen med det største eksportønske



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

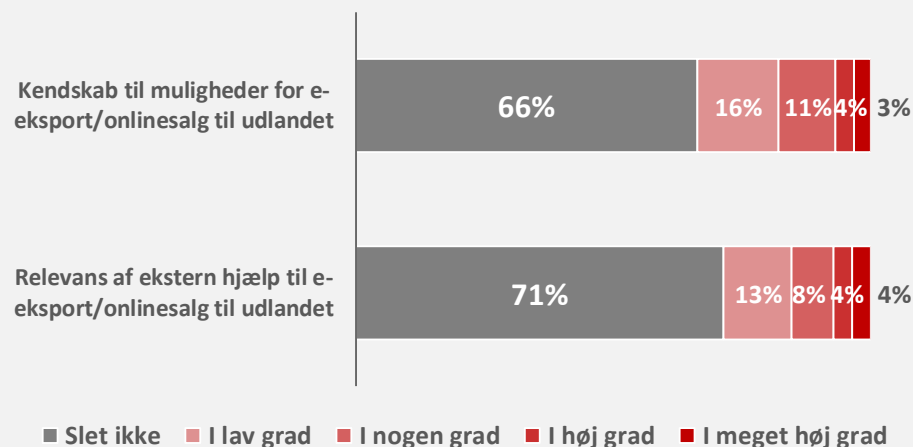
Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport fordelt på brancher for de 10 pct., som ønsker eksport vs. de 90 pct., hvor eksport er uegnet, eller man ikke ønsker det. Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret. Antal svar: 912 (2023: 891)

Blandt de 10 pct., som gerne vil eksportere, er det i høj grad industrivirksomheder, der har det ønske (37 pct.), og dernæst detailhandel (17 pct.) og virksomheder inden for vidensservice (12 pct.).

Modsat ønsker meget få eller næsten ingen i de øvrige brancher at sælge internationalt.

E-eksport kan være en model

for knap 1 ud af 3 til at starte eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser dels kendskabet til og relevansen af ekstern hjælp (tilskud, rådgivning, kvalificeret arbejdskraft osv.) til e-eksport/onlinesalg til udlandet for virksomheder uden eksport.

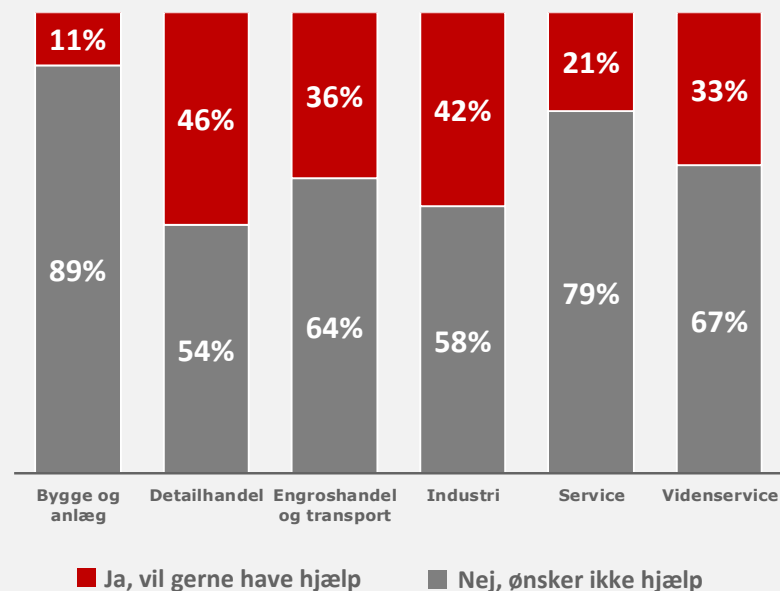
Antal svar: 912 (2023: 891)

En række virksomheder uden eksport i dag er bekendte med mulighederne for e-eksport eller onlinesalg til udlandet (34 pct.), hvilket for nogen kan synes som en nemmere vej til eksport, da det i mindre grad kræver lokal tilstedeværelse m.v. Men der er fortsat mange, som ikke har tilstrækkeligt kendskab til mulighederne.

Knap 1 ud af 3 virksomheder uden eksport efterspørger ekstern hjælp til at etablere forretning med e-eksport eller onlinesalg til udlandet.

Detailhandel- og industri-

brancherne er mest åbne for ekstern hjælp til e-eksport



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport fordelt på brancher for dem, som ønsker hhv. ikke ønsker ekstern hjælp til e-eksport/onlinesalg til udlandet. Brancheoplysning stammer fra CVR-registeret.

Antal svar: 912 (2023: 891)

Der er store branchemæssige forskelle, i forhold til hvem der efterspørger ekstern hjælp, og hvem der ikke gør. Blandt detail- og industrivirksomheder er interessen størst med andele på 46 pct. og 42 pct.

Omvendt ligger service- og bygge- og anlægsbrancherne lavest, men dog ikke på nul. Det kan indikere, at der trods alt også i de mest hjemmemarkedsorienterede brancher ses en forretning i salg til udlandet.

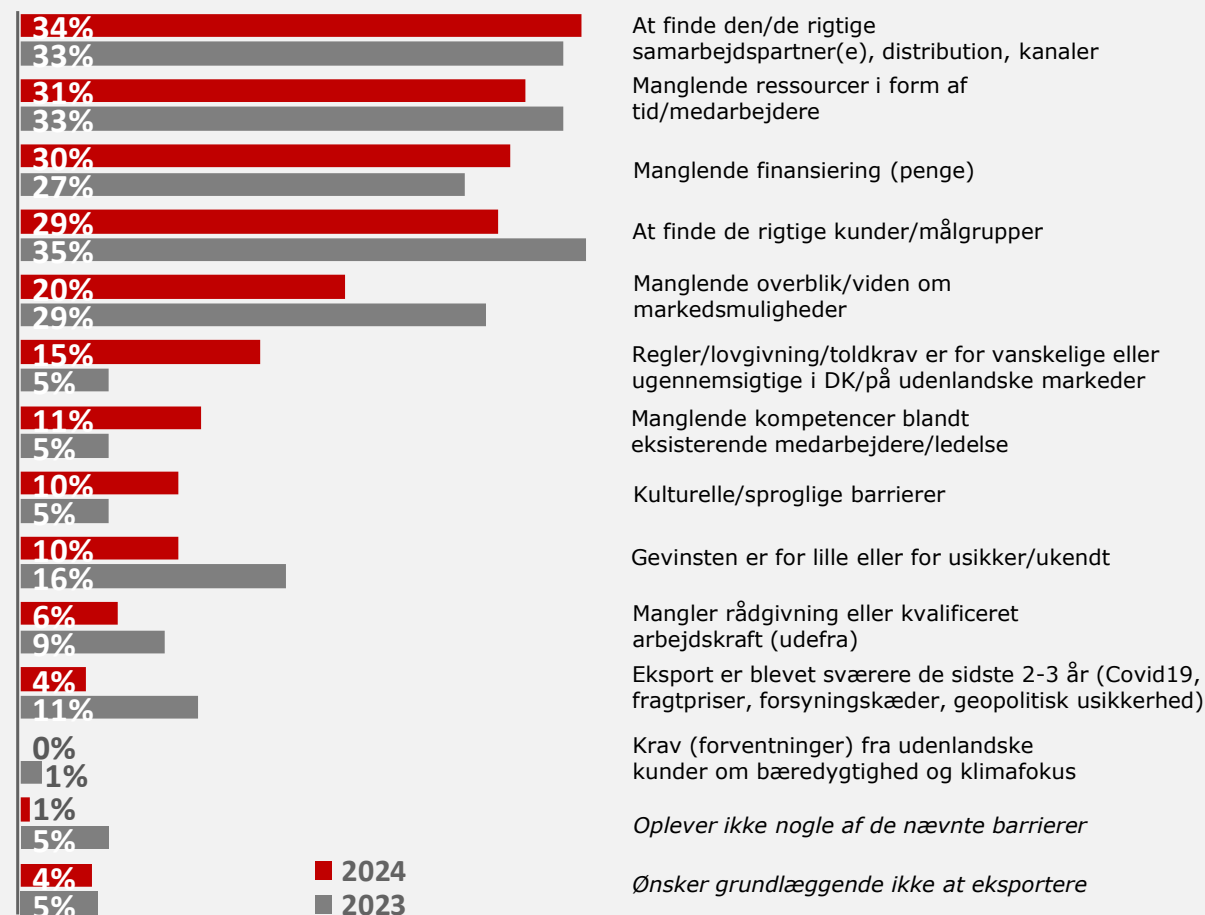
De samme tre-fire barrierer topper skalaen igen i år for virksomheder uden eksport: Manglende evne til at finde de rigtige samarbejdspartnere/kunder og manglende ressourcer

Ikke-eksporterende virksomheder, som gerne vil eksportere, angiver de samme tre til fire barrierer for at kunne igangsætte eksport, som de gjorde i 2023. Det er tilmed stort set de samme barrierer, som for virksomheder, der har eksport.

Både markedsafdækning, ressourcer og finansiering rangerer mellem 29 pct. og 35 pct.

Herefter følger de øvrige barrierer omtrent samme rækkefølge nedad i forhold til målingen i 2023, og som det gør hos de eksporterende virksomheder.

Dog er der kun 1 pct., som ikke oplever nogle af de nævnte barrierer, hvilket er markant mindre sammenlignet med de eksporterende virksomheder.



Kilde: Erhvervshus Hovedstaden

Note: Figuren viser andelen af virksomheder uden eksport, men som angiver, at det kan være relevant for dem samt de respektive barrierer for at kunne igangsætte eksport. (Max tre svar kan angives).

Antal svar: 110 (2023: 147)

Om undersøgelsen

Internationalisering

I Internationaliseringsbarometer 2024 skal internationalisering forstås som mere end det at sælge sine produkter eller serviceydelser til lande uden for Danmark.

Internationalisering handler også om, hvordan virksomhederne arbejder med salget uden for Danmark. Benyttes sourcing og i hvilken form? Er salget baseret på traditionelt og fysisk salg via agenter eller datterselskaber, eller er e-handel en del af salgskanalerne? Har virksomhederne formuleret en strategi for deres internationale aktiviteter, og hvad er egentlig barriererne for at øge eksportandelen yderligere?

Derudover stiller Internationaliseringsbarometeret skarpt på de virksomheder, som ikke har eksport til udlandet. Hvad skyldes det, og er der eventuelt mulighed for det? Hvad er deres barrierer for at komme i gang?

Metode

Internationaliseringsbarometer 2024 er udarbejdet på baggrund af en undersøgelse baseret på 1.216 besvarelser fra små og mellemstore virksomheder i hovedstadsregionen.

Med det antal besvarelser er den statistiske usikkerhed +/- 2,8 %-point på totalerne. Der er dermed stor sikkerhed i resultaterne, som bidrager til bred repræsentativitet blandt besvarelserne.

Dataindsamling

Barometeret er gennemført som en online-undersøgelse udsendt til et repræsentativt udsnit af hovedstadsregionen små og mellemstore virksomheder.

Indsamlingen er foregået i august og september 2024. Virksomhederne er stratificeret på brancheniveau, som betyder, at undersøgelsen og resultaterne er fordelt på størrelsen for den enkelte branche for alle virksomheder i hovedstadsregionen.

Den stratificerede udvælgelse er gennemført for at få et solidt datagrundlag og en så repræsentativ fordeling på brancher blandt de indkomne svar som muligt.

Hovedstadsregionens Erhvervsstruktur i alt (2021)

Bygge og anlæg	10.466	11%
Detailhandel	6.061	6%
Engroshandel og transport	11.198	11%
Industri	3.855	4%
Information og kommunikation	11.251	11%
Service	23.040	23%
Videnservice	33.424	34%
Ingen ansatte	42.822	43%
Under 10 ansatte	49.031	49%
10+ ansatte	7.412	8%

Kilde: Danmarks Statistik, tabel GF02, bearbejdet af Erhvervshus Hovedstaden.

Note: Landbrug, offentlig administration, undervisning, sundhed og forsyning indgår ikke i opgørelsen.

Vægtning af data

På baggrund af sammensætningen af det realiserede antal svar og antallet af virksomheder samlet set i hovedstadsregionen, er der foretaget vejning af data.

Vejningen er udført på baggrund af de deltagende virksomheders branchetilhørsforhold holdt imod, hvordan brancherne i alt fordeler sig.

Hermed er brancherepræsentativiteten konsistent mellem de deltagende virksomheder og virksomheder generelt i hovedstadsregionen.

Uvejnet fordeling af besvarelser i barometeret

Bygge og anlæg	112	9%
Detailhandel	92	7%
Engroshandel og transport	141	12%
Industri	81	7%
Information og kommunikation	145	12%
Service	306	25%
Videnservice	339	28%
Ingen ansatte	536	44%
1-2 ansatte	380	31%
3-9 ansatte	193	16%
10+ ansatte	104	9%
Eksportvirksomheder	304	25%
Virksomheder uden eksport	912	75%

Internationaliseringsbarometer hovedstadsregionen 2024

Internationaliseringsbarometer hovedstadsregionen 2024 måler graden af eksport i virksomhederne, og generelt hvordan de arbejder med salg til udlandet.

Barometeret stiller skarpt på:

- Hvor internationale er hovedstadsregionens virksomheder?
- Hvor meget benyttes e-handel, og giver det kanalkonflikt?
- Gør eksportvirksomhederne brug af sourcing?
- Hvad er barriererne for at øge graden af internationalisering?
- Hvorfor har nogle virksomheder ikke eksport?
- Hvor relevant er ekstern hjælp for at starte eller øge eksport?

Internationaliseringsbarometer hovedstadsregionen 2024 styrker indsigten og viden om virksomhedernes internationalisering i hovedstadsregionen.

Barometeret er gennemført af Erhvervshus Hovedstaden

September 2024

